

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN *MARKETING MIX* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKSO PRESIDENT DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Program Studi Agribisnis



Oleh :

SYAFITA SARI NORMI

201410210311032

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2019**


HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH LABELISASI HALAL DAN *MARKETING MIX* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKSO PRESIDENT DI KOTA MALANG


Oleh:


SYAFITA SARI NORMI
201410210311032

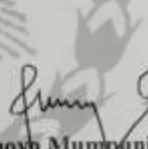
Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan
Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang
Nomor : 07/SK-AA/II/2019
Skripsi Fakultas Pertanian Peternakan UMM pada tanggal 8 Januari 2019 dan
Keputusan Ujian Sidang yang dilaksanakan pada tanggal 17 Januari 2019

Dewan Penguji :


Ir. Dyah Erni Widvastuti, M.M.
NIP : 10590100200


Rahmad Pulung Sudibyo, SP. M.P.
NIP : 10502030370


Dr. Ir. Istis Baroh, M.P.
NIP : 10588020061



Ir. Gumoy Mumpuni Ningsih, M.P.
NIP : 19680916 199303 2 001


Malang, 17 Januari 2019
Mengesahkan:

Dekan
Fakultas Pertanian Peternakan,

Ketua Program Studi Agribisnis,




Dr. Ir. David Hermawan, M.P., IPM.
NIP: 19640526 199003 1 003


Dr. Ir. Istis Baroh, M.P.
NIP: 10588020061

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH LABELISASI HALAL DAN *MARKETING MIX* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKSO PRESIDENT DI KOTA MALANG

Oleh:

SYAFITA SARI NORMI
201410210311032

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama,

Malang, 17 Januari 2019



Ir. Dyah Erni Widvastuti, M.M.
NIP : 10590100200

Pembimbing Pendamping,

Malang, 17 Januari 2019



Rahmad Pulung Sudibyo, SP, M.P.
NIP : 10502030370


Malang, 17 Januari 2019


Menyetujui :

Ketua Program Studi Agribisnis,

An. Dekan,
Wakil Dekan I,




Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si.
NIP : 19640514 199003 1 002


Dr. Ir. Istis Baroh, M.P.
NIP : 10588020061

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syafita Sari Normi

NIM : 20141021031032

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian Peternakan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Labelisasi Halal Dan Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Bakso President Di Kota Malang”** adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang diacu dalam naskah ini dan telah dituliskan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik.

Malang, 17 Januari 2019

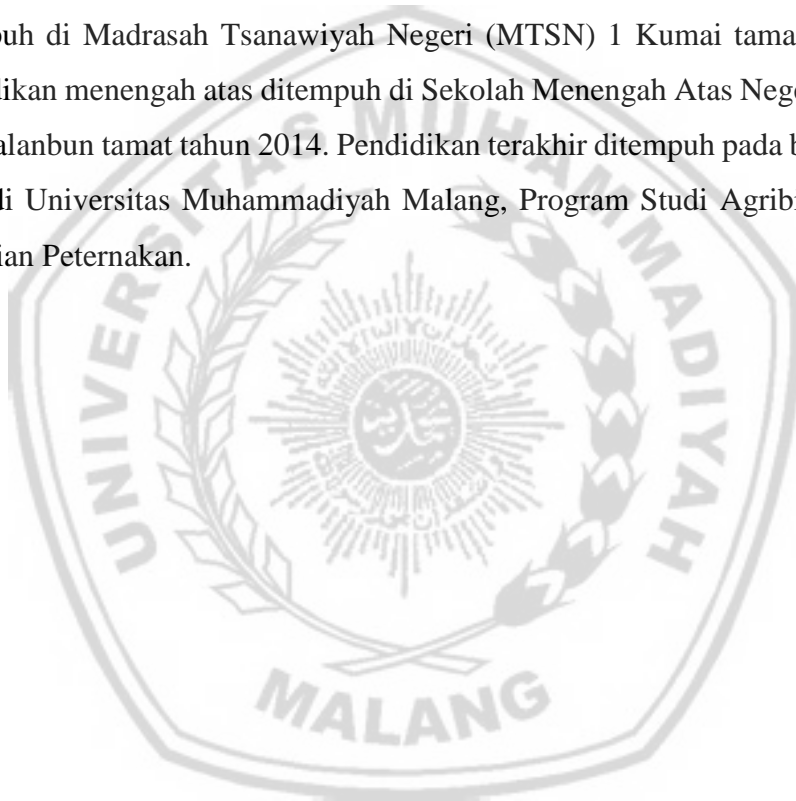
Yang membuat pernyataan,

Syafita Sari Normi
201410210311032

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Syafita Sari Normi dilahirkan di Kalimantan Tengah, tanggal 11 Mei 1996, putri kedua dari empat bersaudara pasangan Bapak Maryono dan Ibu Samani. Berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam, beralamat di Jl. Mangga No.38 Rt. 04 Kelurahan Candi Kecamatan Kumai Kota Pangkalanbun. Penulis menyelesaikan Pendidikan dasar ditempuh di Sekolah Dasar Negeri (SDN) Sei Tendang tamat tahun 2008. Pendidikan menengah pertama ditempuh di Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTSN) 1 Kumai tamat tahun 2011. Pendidikan menengah atas ditempuh di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 2 Pangkalanbun tamat tahun 2014. Pendidikan terakhir ditempuh pada bulan Agustus 2014 di Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Peternakan.



KATA PENGANTAR



Puji syukur patut kita panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal Dan *Maerketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakso President di Kota Malang”. Tujuan penulisan adalah agar bermanfaat sebagai bahan pertimbangan untuk mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan strategi pemasaran, serta menyelesaikan rangkaian Skripsi guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang.

Sehubungan dengan semua ini, maka pada kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. David Hermawan, MP., IPM selaku Dekan Fakultas Pertanian Peternakan Muhammadiyah Malang.
2. Ibu Ir. Dyah Erni Widyastuti, MM selaku Pembimbing Utama dan Bapak Rahmad Pulung Sudibyo, SP., MP selaku Pembimbing Pendamping.
3. Ibu Dr. Ir Istis Baroh, MP selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Peternakan.
4. Sujud sembah dan rasa hormat kepada Ibu Samani dan Ayah Maryono tercinta yang telah memberikan dorongan semangat maupun materiil, motivasi dan doa yang tulus sehingga penulis dapat menggapai cita-cita.
5. Aries Agung Prabowo, SPsi yang memberikan semangat, motivasi, menemani selama kuliah dan kegiatan penelitian.
6. Kenang Dio, SH, Annisa Devy dan Tri Agus Purnama yang telah menemani selama kegiatan penelitian dan menemani selama kuliah.
7. Teman – teman Agribisnis angkatan 2014 yang selalu memberikan motivasi dan masukan kepada penulis.

Demikianlah, mudah-mudahan semua ini bermanfaat khususnya bagi penulis untuk jalan meretas masa depan yang lebih baik dan penuh harapan atas ridho Allah SWT. Amin. Selama menempuh pendidikan di Jurusan Agribisnis UMM, apabila ada kekurangan dan kesalahan, penulis menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya. Atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Malang, 17 Januari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Istilah dan Pengukuran Variabel	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Kajian Pustaka	8
2.2.1 Perilaku Konsumen	8
2.2.2 Labelisasi Halal	10
2.2.3 <i>Marketing Mix</i>	12
2.2.4 Keputusan Pembelian	18
2.2.5 Hubungan Labelisasi dengan Keputusan Pembelian	23
2.2.6 Hubungan <i>Marketing Mix</i> dan Keputusan Pembelian	24
2.2.7 Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Penentuan Lokasi Penelitian	26
3.2 Jenis dan Sumber Data	26
3.3 Penentuan Populasi Penelitian dan Pengambilan Sample	26
3.4 Pengambilan Data	27
3.5 Analisis Data	28
3.5.1 Uji Instrumen	28
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	30
3.5.3 Regresi Linear Berganda	31
BAB IV PROFIL DAN GAMBARAN UMUM BAKSO PRESIDENT	34
4.1 Profil Bakso President	34
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan	35
4.3 Produk Bakso President	36

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
5.1 Karakteristik Responden.....	38
5.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
5.1.2 Karakteristik Berdasarkan Rentan Domisili	39
5.1.3 Karakteristik Berdasarkan Rentan Usia.....	39
5.1.4 Karakteristik Berdasarkan Labelisasi Halal.....	40
5.1.5 Karakteristik Berdasarkan Frekwensi Pembelian	40
5.1.6 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Porsi.....	41
5.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	42
5.2.1 Distribusi Jawaban Pada Labelisasi Halal (X1).....	42
5.2.2 Distribusi Jawaban Pada Marketing Mix (X2)	44
5.2.3 Distribusi Jawaban Pada Marketing Mix (Y)	46
5.3 Uji Instrumen Penelitian.....	47
5.3.1 Pengujian Validitas Instrumen	47
5.3.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	49
5.4 Pengujian Asumsi Klasik	50
5.4.1 Asumsi Normalitas	50
5.4.2 Asumsi Multikolinearitas.....	51
5.4.3 Asumsi Heteroskedastisitas	52
5.5 Pengujian Regresi Linear Berganda	53
5.5.1 Pengujian Simultan.....	53
5.5.2 Pengujian Parsial.....	54
5.5.2 Pengujian Determinasi.....	55
5.5.3 Pengaruh Dominan	56
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	58
6.1 Kesimpulan.....	58
6.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Tahapan-Tahapan Keputusan Pembelian	20
2.2 Hipotesis	25

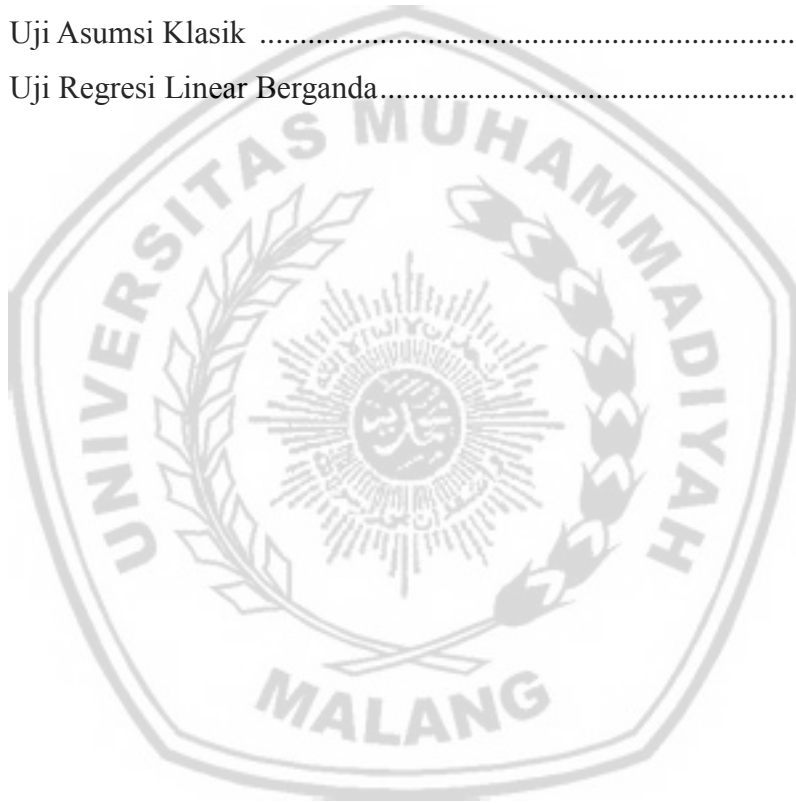


DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Penilaian Skala Likert	28
5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	39
5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentan.....	39
5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Labelisasi Halal	40
5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekwensi Pembelian.....	41
5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Porsi	42
5.7 Interval Pada Setiap Variabel.....	43
5.8 Distribusi Jawaban Pada Labelisasi Halal (X1).....	44
5.9 Distribusi Jawaban Pada <i>Marketing Mix</i> (X2)	48
5.10 Distribusi Jawaban Pada Keputusan Pembelian (Y).....	53
5.11 Uji Validitas Instrumen.....	55
5.12 Uji Reliabilitas Instrumen	56
5.13 Pengujian Asumsi Normalitas.....	58
5.14 Pengujian Asumsi Multikolinearitas	59
5.15 Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	59
5.16 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	60
5.17 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	61
5.18 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	62
5.19 Pengujian Pengaruh Dominan.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner	62
2. Data Tabulasi Penelitian	65
3. Data Tabulasi Hasil Penelitian	69
4. Karakteristik Responden	76
5. Persepsi Responden.....	78
6. Uji Validitas Instrumen	84
7. Uji Relibalitas Instrumen	88
8. Uji Asumsi Klasik	89
9. Uji Regresi Linear Berganda.....	90



DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Riyanto. 2013. *Analisis Deskriptif*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Akbari, Gholizadeh, dan Zommorodi. 2014. Purchase intention of product with Islamic labels under time pressure. *Marketing and Branding Research*, 1, 14–26.
- Ambali, A. dan A. Bakar. 2012. “People’s Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-Makers.” *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 3–25.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2012. *Reliabilitas Dan Validitas*. Edisi 4. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Carneiro, D.S., Minim, P.R., Deliza, R., Silva, H.O. dan Febiano, L. 2015. Labelling effects on purchase for soybean oil. *Food Quality and Preference*, 275–282.
- Chen, P. T., dan Hu, H. H. 2010. How Determinant Attributes Of Service Quality Influence Customer-Perceived Value. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 532–551.
- Eliasi, J. R. dan J. Dwyer. 2002. “Kosher and Halal: Religious Observances Affecting Dietary Intakes.” *Journal of the American Dietetic Association* 911–13.
- Ghadikolaei, F. 2016. “The Effect of Halal Signs and Symtoms on Consumers’ Purchase Intention in Muslim and Non-Muslim Countries – A Review.” *International Journal of Business and Management Invention* 44–49.
- Gujarati, Damodar N. 2004. *Basic Econometrics*, Fourth edition, McGraw-Hill Inc. Singapore
- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hawa. 2007. *Label Halal*. Jakarta: Islahi.
- Idrus, Marham. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT. Gelora Akasara Pratama.
- Indrawijaya, S. 2012. Pengaruh Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Roti Manis Pada Industri Kecil Di Kabupaten Sarolangun, 13, 193–208.
- Iralisa, Y. 2017. Pengaruh Marketing Mix Produk.Harga,Lokasi Dan Promosi

Terhadap Loyalitas Pelanggan Dunkin Donuts Bandar Lampung.

Iswayanti, Ika Putri. 2010. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian." 28.

Kotler, P. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo.

_____ dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.

Latiff, Z. A. A., Rezai, G., Mohamed, Z., dan Ayob, M. . 2015. Food Labels' Impact Assessment on Consumer Purchasing Behavior in Malaysia. *Journal of Food Products Marketing*, 1–14.

Maemonah, Siti, 2017. "Pengaruh Merek Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jilbab Zoya."

Mahotra, Rio. 1989. *Marketing Riset*. Inc: New Jersey.

Nakyinsige, K., Y. B. Man, dan A. Sazili. 2012. "Halal Authenticity Issues in Meat and Meat Products." *Meat and Science* 207–14.

Pratama Simatumpang, Aldy. 2018. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pizza Hut Kota Medan)." 9.

Prof. Dr Winardi, S., 1989. *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*. Bandung: Penerbit Mandar Mju.

Santoso Singgih dan Fandy Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran; Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Setyorini, Tantri. 2016. "Malang Kota Kuliner Bakso." *Merdeka.Com*. Retrieved (<https://www.merdeka.com>).

Singgih dan Tjiptono. 2000. *Riset Pemasaran; konsep dan aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Solimun, Dr. 2003. *UB Press*. Malang.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alpa Beta.

_____. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syoalehat, Q. N., Azizah, S., dan Kusumastuti, A. E. 2016. Pengaruh Citra Merek Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Bakso Bakar Pak Man Kota Malang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan ISSN : 2443-0765*, 263, 20–26.

Tafjirah, Husnul. 2017. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembeli Produk KFC (Studi Pada KFC Hertasing Di Kota Makasar)."

Tangko, Marina dan Nidya Christiany. 2016. "Analisis Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Just Coffee Specialty Surabaya." 217–33.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi, Ed. Edisi ke 3. Yogyakarta.

Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Vebri, Havid. 2012. "Isu Bakso Babi Menghangat." *Peluang Usaha*. Retrieved (<https://peluangusaha.kontan.co.id/news/isu-bakso-babi-menghangat>).

Widarjono, Agus. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Edisi Pert. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan.

